



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国私人理财业市场分析 及发展趋势预测研究报告

一、调研说明

《2008年中国私人理财业市场分析及发展趋势预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/68915.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

2008年中国私人理财业市场分析及发展趋势市场分析及发展趋势研究报告

第一部分 行业发展概况

第一章 中国个人理财发展概况1

第一节 个人理财基本情况1

一、个人理财定义1

二、个人理财的KISS法则1

三、个人理财处理安排1

四、个人理财目标分类1

第二节 个人理财宏观环境分析2

一、2007年1-9月工业生产分析2

二、2007年1-9月社会消费分析3

三、2007年1-9月固定资产投资分析及市场发展趋势研究报告4

四、2007年1-9月对外贸易分析6

五、2007年1-9月居民消费价格指数7

第三节 个人理财政策环境分析12

一、基金新政解读12

二、货币政策分析18

三、各国维护金融稳定的法规政策24

四、商业银行个人理财业务管理分析31

第二章 世界个人理财发展分析44

第一节 美国商业银行理财业务发展分析44

一、银行理财业务的组织架构45

二、理财业务的服务和产品47

三、理财业务的主要模式48

四、理财业务的流程48

第二节 加拿大个人理财业的发展分析49

一、加拿大个人理财业的进程49

二、加拿大个人理财业的特点51

三、加拿大个人理财对我国的启示52

第三节 其他国家个人理财市场发展分析53

一、德国网络银行的作用	53
二、日本私人理财业务发展	54
三、法国家庭理财市场分析	56
四、新加坡家庭理财市场分析	57
五、韩国家庭理财市场分析	59
六、英国家庭理财市场分析	62
七、南非家庭理财市场分析	64
八、比利时家庭理财市场分析	65
第二部分 行业市场现状	
第三章 中国个人理财市场分析	69
第一节 中国个人理财市场现状分析	69
一、个人理财市场概况	69
二、个人理财市场的规模	71
三、个人理财市场状态	74
四、2007年个人理财流行观念	77
第二节 中国个人理财市场变化分析	79
一、学历收入年龄左右理财观	79
二、国人理财的偏好分析	80
三、国人理财存在的顾忌分析	81
四、对理财产品的了解程度分析	82
第三节 理财规划师市场分析	83
一、我国理财规划师队伍的现状	83
二、理财规划师的具体职责	84
三、理财规划师的作用	84
四、理财规划师培训市场状况	85
第四节 农村个人理财的障碍与对策分析	85
一、农村个人理财现状	85
二、农村个人理财的障碍	86
三、农村个人理财的对策	87
第四章 中国个人理财形态分析	89
第一节 中国个人理财市场分布及理财信心分析	89
一、具有理财能力的人群分布	89

二、中国个人理财信心分析	89
三、理财者对投资理财产品的期望	92
第二节 国人投资理财观念分析	93
一、认为赚钱是第一位的比例	93
二、认为该把钱存银行的比例	93
三、认为节俭是理财关键的比例	95
四、不相信银行顾问的比例	96
五、认为自己没有时间的比例	96
第三节 个人理财信息的来源及影响	98
一、理财者理财信息的来源渠道	98
二、来源渠道对最终决策的影响	99
第五章 中国个人理财行为分析	100
第一节 中国个人理财分年龄状况	100
一、人生各年龄段理财分析	100
二、20-40年龄段的置业理财	111
三、不同年龄段的人理财策略	114
第二节 不同收入群个人理财状况	115
一、年收入5万元以下理财状况	115
二、中等收入阶层理财状况	116
三、高等收入阶层理财状况	117
第三节 不同区域个人理财市场分析	118
一、上海投资理财人群调查	118
二、北京、上海、深圳理财人群比较	124
第三部分 行业产品分析	
第六章 个人理财产品分析	131
第一节 银行个人理财产品分析	131
一、2007年1-9月银行理财市场热点	131
二、国内银行业理财业务的开展情况	132
三、银行个人理财产品的供需分析	135
四、中外资银行外币理财大盘点	141
五、银行理财产品收益率调查	143
六、银行理财业务监管分析	145

七、银行理财业务发展路径选择	152
第二节 保险理财市场发展分析	153
一、投连险和基金的区别	153
二、农村保险理财市场现状	156
三、社会保险认识误区分析	158
四、寿险产品在个人理财中的不足	160
五、财产保险在个人理财中的优势和不足	161
第三节 基金理财市场发展分析	163
一、基金理财知识	163
二、中低收入家庭的基金理财	166
三、“定投”频繁操作的影响分析	167
四、基金理财高收益的挑战	168
五、2007年基金排行分析	169
第四节 楼市理财市场发展分析	171
一、2007年1-9月中国房地产市场状况	171
二、中国房地产的市场政策分析	177
三、楼市“寒流”下的投资理财分析	179
四、房产在个人理财中的优势与不足	182
第五节 外汇理财市场发展分析	186
一、2007年1-8月外汇市场状况	186
二、外汇理财产品价值分析	191
三、选择外汇理财产品的策略	193
四、美元走势对外汇理财的影响	197
第六节 期货理财市场发展分析	199
一、2007年1-10月期货市场分析	199
二、期货理财市场发展状况	207
三、期权在个人理财中的不足	209
第七节 股市理财市场发展分析	210
一、2007年1-8月股票市场分析	210
二、中国股市规模远景分析	224
三、股市理财市场风险分析	233
第八节 其他理财产品市场分析	235

- 一、信托理财产品分析235
- 二、普通纪念金属币在个人理财中的优势与不足237
- 三、金银纪念币在个人理财中的优势与不足241
- 四、黄金在个人理财中的优势与不足247
- 五、古玩在个人理财中的优势253
- 六、彩票在个人理财中的优势与不足256

第四部分 行业市场竞争

第七章 个人理财市场竞争分析261

第一节 个人理财市场竞争现状261

- 一、上班族投资理财比较分析261
- 二、外汇理财竞争升级265
- 三、国际风险投资积极进入266

第二节 我国理财市场竞争格局分析267

- 一、理财新品种层出不穷267
- 二、理财市场亟待监管269
- 三、银行理财的竞争焦点271

第三节 个人理财市场产品的竞争分析275

- 一、中外理财产品竞争分析275
- 二、国内个人理财产品市场竞争278

第四节 银行的个人理财业务竞争分析283

- 一、工行深圳分行个人理财业务的转变283
- 二、中信银行个人理财业务的整合283
- 三、荷兰银行瞄准个人理财高端市场284
- 四、光大银行领跑国内个人理财市场285

第五部分 行业趋势及策略

第八章 个人理财市场发展趋势287

第一节 个人理财市场走势分析287

- 一、黄金期货成个人理财“新宠”287
- 二、私人银行的兴起288
- 三、百姓投资理财的走势289
- 四、投资者心理变化分析292

第二节 国内银行个人理财业务趋势293

- 一、业务平台的发展趋势294
- 二、服务网点的发展趋势294
- 三、服务方向的转变295
- 第三节 中国金融理财市场发展趋势296
 - 一、进入黄金10年阶段296
 - 二、各类金融机构理财市场的竞争297
 - 三、中国理财市场价值链的变化298
 - 四、法律与监管的重要作用299
- 第九章 个人理财发展策略分析301
 - 第一节 商业银行个人理财业务的营销策略301
 - 一、水平营销理论及其运用301
 - 二、个人理财业务水平营销的实施304
 - 三、商业银行个人理财业务发展策略308
 - 第二节 个人理财的发展策略分析318
 - 一、个人理财领域的潜规则分析318
 - 二、个人理财业务市场的拓展分析320
 - 三、个人理财业务的挑战及对策321
 - 四、个人理财业务市场的竞争战略322
 - 第三节 代客境外理财业务的风险分析324
 - 一、代客境外理财业务的内涵325
 - 二、代客境外理财业务的操作流程325
 - 三、代客境外理财产品的风险分析326
 - 四、提高代客境外理财风险能力的对策330
 - 第四节 个人理财投资策略分析332
 - 一、个人理财投资现状分析332
 - 二、个人理财的投资方向334
 - 三、个人理财投资工具分析337
 - 四、2008年个人理财投资机会338

图表目录

图表：1999年8月-2007年9月工业增加值月度同比增长率3

图表：1999年8月-2007年9月社会消费品零售总额月度同比增长率4

图表：1999年1-8月-2007年1-9月固定资产投资完成额月度累计同比增长率6

图表：1999年8月-2007年9月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率7

图表：1999年8月-2007年9月居民消费价格指数8

图表：1999年8月-2007年9月工业品出厂价格指数9

图表：1999年8月-2007年9月货币供应量月度同比增长率11

图表：1998年至2006年中国基金市场规模变动情况13

图表：美国共同基金规模与费率关系14

图表：基金资产变动与管理费用的关系15

图表：有关国家中央银行金融稳定政策目标26

图表：银行向客户提供标准化服务框架46

图表：加拿大注册金融理财师的数量增长图51

图表：加拿大CFP的从业情况52

图表：国内居民金融资产规模和个人理财市场规模74

图表：国内个人理财市场构成74

图表：影响个人理财市场的三大因素76

图表：上海理财人群性别比例119

图表：深圳理财人群性别比例119

图表：上海理财人群年龄分布119

图表：深圳理财人群年龄分布120

图表：上海理财人群学历分布120

图表：上海理财人群职业分布121

图表：上海理财人群职务构成121

图表：上海理财人群家庭组成情况122

图表：上海理财人群月收入分布122

图表：上海理财人群关注的消费领域123

图表：上海理财人群关注的投资工具124

图表：深圳、上海、北京不同性别理财人群比较125

图表：深圳、上海、北京不同年龄理财人群分布125

图表：深圳、上海、北京不同学历人群分布125

图表：深圳、上海、北京理财人群家庭组成情况比较127

图表：深圳、上海、北京理财人群消费倾向差异127

图表：深圳、上海、北京理财人群对投资领域的关注差异128

图表：2006年各商业银行人民币理财产品发行情况136

图表：2006年-2007年4月我国商业银行新推人民币理财产品数139

图表：几种常见的不同金融产品的收益率及风险水平比较141

图表：2007年1月外汇市场汇率变化186

图表：2007年1月银行间外汇市场期末加权平均汇率186

图表：2007年2月外汇市场汇率变化187

图表：2007年2月银行间外汇市场期末加权平均汇率187

图表：2007年3月外汇市场汇率变化187

图表：2007年3月银行间外汇市场期末加权平均汇率188

图表：2007年4月外汇市场汇率变化188

图表：2007年4月银行间外汇市场期末加权平均汇率188

图表：2007年5月外汇市场汇率变化189

图表：2007年5月银行间外汇市场期末加权平均汇率189

图表：2007年6月外汇市场汇率变化189

图表：2007年6月银行间外汇市场期末加权平均汇率190

图表：2007年7月外汇市场汇率变化190

图表：2007年7月银行间外汇市场期末加权平均汇率190

图表：2007年8月外汇市场汇率变化191

图表：2007年8月银行间外汇市场期末加权平均汇率191

图表：2007年1月各交易所期货交易量199

图表：2007年1月期货市场变化200

图表：2007年2月各交易所期货交易量200

图表：2007年2月期货市场变化201

图表：2007年3月各交易所期货交易量201

图表：2007年3月期货市场变化201

图表：2007年4月各交易所期货交易量202

图表：2007年4月期货市场变化202

图表：2007年5月各交易所期货交易量203

图表：2007年5月期货市场变化203

图表：2007年6月各交易所期货交易量204

图表：2007年6月期货市场变化204

图表：2007年7月各交易所期货交易量205

图表：2007年7月期货市场变化205

图表：2007年8月各交易所期货交易量205

图表：2007年8月期货市场变化206

图表：2007年9月期货市场变化206

图表：2007年10月期货市场变化206

图表：2007年1月股票市场分析210

图表：2007年1月股票市场筹资额210

图表：2007年1月股票市场成交额211

图表：2007年1月沪深股市指数走势211

图表：2007年1月股票市价总值211

图表：2007年2月股票市场分析212

图表：2007年2月股票市场筹资额212

图表：2007年2月股票市场成交额212

图表：2007年2月沪深股市指数走势213

图表：2007年2月股票市价总值213

图表：2007年3月股票市场分析213

图表：2007年3月股票市场筹资额214

图表：2007年3月股票市场成交额214

图表：2007年3月沪深股市指数走势214

图表：2007年3月股票市价总值215

图表：2007年4月股票市场分析215

图表：2007年4月股票市场筹资额215

图表：2007年4月股票市场成交额216

图表：2007年4月沪深股市指数走势216

图表：2007年4月股票市价总值216

图表：2007年5月股票市场分析217

图表：2007年5月股票市场筹资额217

图表：2007年5月股票市场成交额217

图表：2007年5月沪深股市指数走势218

图表：2007年5月股票市价总值218

图表：2007年6月股票市场分析218

图表：2007年6月股票市场筹资额219

图表：2007年6月股票市场成交额219

图表：2007年6月沪深股市指数走势219
图表：2007年6月股票市价总值220
图表：2007年7月股票市场分析220
图表：2007年7月股票市场筹资额221
图表：2007年7月股票市场成交额221
图表：2007年7月沪深股市指数走势221
图表：2007年7月股票市价总值222
图表：2007年8月股票市场分析222
图表：2007年8月股票市场筹资额223
图表：2007年8月股票市场成交额223
图表：2007年8月沪深股市指数走势223
图表：2007年8月股票市价总值224
图表：外汇理财、人民币理财与境外理财大比拼275
图表：美国理财产品分析276
图表：美国3A级别的银行和金融的利率276
图表：巴西国债收益率与美国国债比较277
图表：垂直营销和水平营销的区别301
图表：水平营销案例分析305
图表：我国商业银行理财产品实施水平营销产生的创意307
图表：商业银行个人理财业务服务流程315
图表：代客境外理财产品操作步骤326
B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/68915.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法

- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司）

，艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。